



THE YEAR IN FASHION 2021



LYST

Quest'anno, l'arrivo del vaccino ha portato ad una transizione verso una "nuova normalità"; abbiamo ricominciato a vestirci bene per uscire ed anche per sentirci meglio con noi stessi. Tuttavia, gli effetti del Covid sono rimasti, come il desiderio di vestirsi comodi ed una nuova forma di workwear, mentre i look on-screen hanno continuato a influenzarci più che mai. Nel corso dell'anno, oltre 150 milioni di amanti dello shopping hanno cercato articoli moda sulla piattaforma Lyst e noi abbiamo analizzato attentamente le loro ricerche, le pagine visualizzate ed i parametri di vendita per celebrare i momenti che hanno dato forma al nostro Year in Fashion. Dalla crescita della moda digitale al dopamine dressing, da Harris Reed a Hailey Bieber, ecco tutte le tendenze del 2021.

CONTENTS

PAGE No.

MOVEMENTS	3
MOMENTS	4
↳ IRL	5
↳ ONSCREEN	6
↳ MUSIC	7
BORN ONLINE	8
HOTTEST	9
↳ BREAKOUT BRANDS	10
↳ MOST WANTED PRODUCTS	11
↳ SNEAKERS	12
↳ LOGO	13
↳ COLLABORATIONS	14
PEOPLE	15
↳ POWER DRESSERS	15
2022	17
↳ WHAT'S NEXT	17
↳ BRANDS TO WATCH	18
↳ STARS TO WATCH	19





MOVIMENTI

DIGITALE

Mentre lo stile personale viene sempre più sperimentato ed espresso online, le offerte in digitale dei brand di moda si diffondono a macchia d'olio, dai token non fungibili alle uscite virtuali, passando per le collaborazioni con videogiochi come Roblox. Di recente, Balenciaga ha collaborato con Fortnite, offrendo articoli di moda digitale esclusivi all'interno del gioco, insieme ad una linea di merchandising reale. Nelle 24 ore successive al lancio di una capsule collection fisica, le ricerche di "balenciaga x fortnite" sono incrementate del 72%, mentre la domanda per Balenciaga è aumentata del 49%. Quando l'etichetta indipendente newyorkese Collina Strada ha presentato la sua prima sfilata in assoluto nel metaverso a maggio, le richieste di articoli del brand sono cresciute del 28%.

CONSAPEVOLEZZA

Nel 2021, le celebrità hanno utilizzato sempre più le loro piattaforme per sensibilizzare verso una moda sostenibile. Joaquin Phoenix ha indossato lo stesso smoking firmato Stella McCartney per l'intera stagione delle premiazioni, mentre Lorde ha scelto brand che utilizzano tessuti deadstock (cioè fabbricati in eccedenza), nello specifico Collina Strada e Bode rispettivamente per il videoclip di "Solar Power" il primo e per il Met Gala il secondo. Anche lo shopping ecosostenibile è in crescita, con la richiesta di prodotti in pelle vegana aumentata del 178% e con le ricerche di articoli colorati con tinte naturali cresciute del 131% su base annua.

GENDERLESS

I confini di genere continuano a confondersi nel settore moda e, quest'anno, il movimento è stato guidato da alcuni dei più grandi nomi della musica. Dopo che Lil Nas X ha indossato una gonna firmata Louis Vuitton in occasione del The Tonight Show Starring Jimmy Fallon a maggio, le ricerche di "gonna Vuitton" sono aumentate del 138% quello stesso mese. Inoltre, Justin Bieber, Bad Bunny, e A\$AP Rocky sono stati recentemente avvistati con collane di perle e conseguentemente, le richieste per questo articolo sono salite del 36% rispetto all'anno passato.



FASHION MOMENTS

Nella vita reale



1. Dopamine dressing

Dopo aver trascorso la maggior parte del 2020 in casa, abbiamo passato quest'ultimo anno a sostituire il nostro loungewear con abbigliamento in grado di portare allegria. Da aprile ad agosto, le ricerche di articoli dai colori decisi e vivaci – in particolare rosa shocking, arancione, giallo e verde acceso – sono incrementate del 191% e, da marzo ad agosto, la richiesta di gioielli audaci – nello specifico “colorati”, “con perline”, “arcobaleno” e “in resina” – è salita alle stelle, con un aumento del 545%.

2. Pronti per il vaccino

Con la distribuzione dei vaccini anti COVID-19 in tutto il mondo, “top per vaccino” è diventato velocemente un fashion trend. Dolly Parton e il suo top “con spalle scoperte” ne è un esempio lampante e le ricerche di maglie con i termini “monospalla” e “con spalle scoperte” sono salite del 73% da febbraio a marzo.

3. Voglia di uscire

Con la revoca delle misure a favore del distanziamento sociale, il ritorno dei festival musicali e della vita notturna ha portato in auge la “going-out” fashion. Proprio come accadde negli anni '20, gli outfit corti sono stati uno dei trend in più rapida crescita del 2021, con le ricerche di minigonne e mini abiti aumentate del 221% su base annua. La richiesta globale di scarpe col tacco alto è salita notevolmente da maggio e le ricerche di “scarpe alte da discoteca” sono schizzate del 233% in quello stesso mese.

4. Workwear ibrido

Con il graduale ritorno in ufficio iniziato verso l'ultima metà dell'anno, 9 lavoratori su 5 hanno optato per una versione più rilassata e smart-casual del classico outfit aziendale. Ad agosto, la domanda di completi da uomo oversize è salita del 109% rispetto all'anno precedente, mentre i pantaloni a gamba larga sono richiestissimi da luglio, con un aumento dell'87%.

5. Sportswear mania

I grandi eventi sportivi come le Olimpiadi e gli Europei di calcio hanno suscitato un certo interesse verso lo sportswear. A giugno, prima di Euro 2020, le ricerche mondiali di T-shirt “da calcio” sono salite del 33%. Durante i giochi olimpici di Tokyo, il debutto dello skate come sport olimpico ufficiale ha conquistato la scena e le ricerche della gamma Nike SB – nello specifico delle sue sneakers Dunk Low – sono cresciute del 100% in sole 48 ore.

6. Il ritorno del Met Gala

Dopo essere stato rimandato e infine cancellato nel 2020, uno dei più importanti eventi da red carpet dell'anno ha fatto il suo ritorno. Conseguentemente, le ricerche online di Brother Vellies, che ha vestito Alexandria Ocasio-Cortez con l'abito manifesto “Tax The Rich”, sono schizzate del 120% in meno di 24 ore e le visualizzazioni delle pagine di ERL, dopo essere stato indossato da A\$AP Rocky, hanno avuto un'impennata del 259%. Ma è Balenciaga – indossato niente meno che da Rihanna, Kim Kardashian ed Elliott Page – ad aver visto il maggior aumento della richiesta (+505% in 48 ore).

7. La frenesia del Fashion Month

Il mese della moda è ufficialmente tornato con sfilate ed eventi in presenza. Quasi una settimana dopo la New York Fashion Week, le ricerche di borse mini (+56%), gonne Thom Browne (+36%) e maglie con cut-out (+33%) sono aumentate. Lo stile preppy ha registrato una certa popolarità durante la Fashion Week di Londra, con i mocassini in pelle (+28%) e le maglie con colletto alla Peter Pan (+23%) in aumento nell'arco di poche settimane. Ad aver generato il maggior interesse nelle ricerche online è Balenciaga, in seguito alla sua sfilata caratterizzata da un'improbabile collaborazione con I Simpson – le visualizzazioni delle sue pagine sono schizzate del 355% in 24 ore.



Sullo schermo

1. Bridgerton

Lyst ha coniato il termine “Regencycore,” in seguito all’aumento della richiesta di corsetti dopo il debutto di questa serie su Netflix a inizio anno. In meno di una settimana dopo il lancio, le ricerche online di corsetti sono salite del 23%. L’estetica d’ispirazione regale è diventata così potente che il termine stesso ha generato più di 105.000 menzioni sui social nel corso del 2021.

2. Gossip Girl

La première del reboot di Gossip Girl di HBO Max a luglio ha portato ad un ritrovato apprezzamento verso il look preppy. In seguito alla sua uscita agli inizi dello stesso mese, c’è stato un notevole aumento della domanda di abbigliamento in stile varsity e da uniforme, tra cui gilet scozzesi (+47%), gonnelline da tennis (+41%) e maglie con collo alto (+34%). Inoltre, le visualizzazioni di pagine con giacche in stile varsity sono aumentate del 53% su base annua.

3. Halston

Dopo il lancio di Netflix a maggio della miniserie sullo stilista dell’era disco anni ‘70, le ricerche dell’omonimo brand sono schizzate del 550% in meno di un mese. Contemporaneamente, oltre 10.000 utenti di Lyst hanno ricercato abiti con scollo halter, uno dei modelli più caratteristici di Halston.

4. The Serpent

La serie poliziesca britannica ambientata verso la metà degli anni ‘70 ha scatenato un gran numero di ricerche degli articoli cardine del look di quel periodo, come, ad esempio, i pantaloni a zampa di elefante (+34% ad aprile, in seguito all’esordio su Netflix), i top con scollo halter (+27%) e i foulard stampati (+13%). Questi articoli sono stati indossati spesso dal personaggio della serie Monique, che ha ispirato gli spettatori a far propria la sua estetica boho anni ‘70. Il suo tailleur acquamarina, nello specifico, ha provocato un aumento del 66% delle ricerche di articoli simili appena dopo l’uscita della serie.

5. House of Gucci

Il film aveva già suscitato enorme interesse ancor prima della sua uscita ufficiale nei cinema il 24 novembre, grazie alle foto in anteprima degli attori Lady Gaga e Adam Driver al lavoro sul set. Quando è apparso il trailer ufficiale ad agosto, le ricerche di Gucci sono schizzate del 173% e le visualizzazioni delle pagine con abiti a pois e in pizzo (indossate da Gaga nelle vesti di Patrizia Reggiani) sono aumentate del 100%. Inoltre, gli occhiali in stile aviator di Gucci (sfoggiati da Driver) sono rapidamente cresciuti in popolarità.

6. Sex Education

La serie Netflix è tornata a settembre con la terza stagione e il guardaroba anni ‘80 del cast ha ispirato gli amanti dello shopping. Una settimana dopo la sua uscita, le ricerche online di giacche in stile varsity e da football sono aumentate del 93%, insieme alle oltre 10.000 visualizzazioni al giorno di outerwear. La protagonista Aimee Gibbs, interpretata da Aimee Lou Wood, e i suoi jeans svasati hanno innescato un aumento del 50% delle ricerche in meno di 48 ore.

7. Savage X Fenty Show Vol. 3

Rihanna ha presentato il suo spettacolo Savage X Fenty il 24 settembre con un cast stellare. Gli articoli, che spaziavano dal lattice alla pelle di serpente, hanno provocato un aumento della domanda di indumenti intimi – nello specifico di lingerie “colorata” e “fluo” – cresciuta del 116% in meno di una settimana dal debutto dello show.

8. Squid Game

La serie coreana rivelazione è oggi la più popolare di sempre su Netflix e grazie alla tempistica di uscita – prima di Halloween – è diventata una delle principali fonti d’ispirazione. Le ricerche globali dei suoi articoli caratteristici – tute sportive (+97%), sneakers slip on bianche (+145%), tute da lavoro rosse (+62%) e T-shirt bianche numerate (+35%) – sono tutte salite alle stelle. In particolare, quelle di Vans sono le sneakers slip on più visualizzate dall’esordio della serie, mentre la richiesta di articoli in color ottanio è cresciuta del 130%.



1. Dua Lipa - Future Nostalgia

Ogni singolo videoclip dell'album Future Nostalgia della pop star britannica è stato fonte d'ispirazione per diversi outfit, dallo stile rodeo di "Love Again" al Regencycore di "Demeanor." Le ricerche del bikini in stampa zebra firmato The Attico di "Love Again" sono aumentate del 224% in seguito all'uscita del video.

2. Kanye West - Donda

L'attesissimo album Donda del rapper è arrivato ad agosto con il party di presentazione artisticamente orchestrato ad Atlanta, occasione in cui Kanye West si è presentato con un piumino rosso della sua linea creata in collaborazione Yeezy x Gap. Nelle 24 ore dall'evento, le visualizzazioni di pagine con piumini rossi sono salite del 73% e le ricerche del suo brand Yeezy sono cresciute del 128% quello stesso mese. In seguito al secondo party di presentazione di Donda – con Kanye West in un outfit total Balenciaga – le ricerche del marchio sono aumentate dell'81% in 24 ore.

3. Billie Eilish - Happier Than Ever

Nel suo nuovo album Happier Than Ever, la cantautrice ha notoriamente abbandonato gli abiti larghi e gli stilisti streetwear a favore di corsetti e SKIMS. Il nuovo look di Billie Eilish, presentato sulla copertina di Vogue UK a giugno, ha scatenato le ricerche online di corsetti, con un aumento del 74% in sole due ore. Dopo aver indossato un paio di pantaloni in lattice alla festa di lancio del suo album a luglio, le ricerche di articoli simili sono salite del 147%.

4. Bad Bunny - Yonaguni

Il singolo di successo "Yonaguni" del rapper e artista pop latino è stata una delle canzoni più twittate dell'estate 2021 ed il suo outfit ha catturato ancor più attenzione. Una settimana dopo l'uscita del suo videoclip a giugno, le ricerche delle sneakers Bad Bunny x Adidas Forum da lui indossate, hanno avuto un'impennata del 125%.

5. Doja Cat - Kiss Me More

L'artista e performer di Planet Her ha canalizzato lo stile spaziale nel suo terzo album e, quando ha lanciato il videoclip di "Kiss Me More" ad aprile, le ricerche di "moda spaziale" sono cresciute del 55%. Con l'uscita della foto di copertina dell'album a giugno, la richiesta di corsetti metallizzati è salita del 40%. Dopo la partecipazione agli MTV VMA 2021, uno dei suoi outfit della collezione primavera 2018 di Thom Browne ha scatenato un aumento delle ricerche del brand del 24% in 24 ore.

6. Olivia Rodrigo - Sour

La star di Sour ha trasferito la nostalgia dei primi anni 2000 sia nella sua musica che nel suo guardaroba. Dopo aver postato su Instagram una foto di se stessa con un paio di stivali al ginocchio Kiki con zeppa firmate Marc Jacobs, le visualizzazioni delle pagine dell'articolo sono salite del 225% nell'arco di 48 ore. Inoltre, il videoclip della sua "Brutal" è pieno di riferimenti alla moda Y2K e le ricerche di articoli di questo stile sono raddoppiate nelle due settimane successive al lancio.

7. Lisa delle Blackpink - Lalisa

La star del K-pop e membro delle Blackpink Lisa ha debuttato con il suo primo singolo da solista Lalisa, presentato al The Tonight Show with Jimmy Fallon l'11 settembre. In sole 24 ore, le ricerche di top glitterati e con strass sono salite del 12% e quelle delle sneakers Adidas Superstar, da lei indossate nel videoclip, sono anch'esse aumentate del 36%. Il video del suo secondo singolo Money, nel quale indossa un paio di Moon Boots con Hello Kitty, ha scatenato un aumento delle ricerche dell'articolo del 369% nell'arco di una settimana, facendolo diventare il secondo prodotto più richiesto del

Musica

NATI ONLINE

1. Y2K Fashion

La rinascita della moda dei primi anni 2000 è arrivata, con le generazioni più giovani pronte a trarre ispirazione dagli outfit di Paris Hilton e Britney Spears, oltre che dai brand di maggior successo del periodo come Von Dutch, Juicy Couture ed Ed Hardy. L'hashtag #y2kfashion ha generato oltre 220 milioni di visualizzazioni su TikTok, mentre le ricerche di "Y2K" sono aumentate del 389% su base annua; inoltre, la "It" bag del decennio, ossia la borsa Baguette di Fendi, ha registrato un incremento delle visualizzazioni del 290% rispetto all'anno precedente.

2. Generazione Z vs. Millennial

Se nel 2020 TikTok ha conquistato il mondo dei social media, nel 2021 questa app per creare brevi video ha preso il sopravvento nel discorso moda. I dibattiti sullo stile, in particolare tra gli appartenenti alla Generazione Z e i Millennial, hanno preso il via sulla piattaforma. Jeans a gamba larga o skinny? Dipende a chi lo chiedi (e, probabilmente, dalla loro età). Secondo le ricerche del 2021, i jeans sformati regnano sovrani con una crescita del 55% su base annua e con Levi's e Weekday tra i brand più popolari.

3. Kidcore

La nostalgia ha continuato ad alimentare lo stile personale e il kidcore non è altro che quell'estetica infantile caratterizzata da colori vivaci, accessori ispirati al mondo dei giocattoli e stampe stridenti. Questa tipologia di abbigliamento giocoso è cresciuta nel settore uomo, indossato da personalità del calibro di Pete Davidson, Justin Bieber e Tyler, The Creator. Il brand di calzature Crocs — molto vicino allo stile kidcore — è stato richiestissimo quest'anno; da gennaio a settembre ne sono state vendute su Lyst sette paia al giorno.

4. Royalcore

Ispirandosi alla serie Netflix di successo Bridgerton, alla docu-serie della BBC sul regno di Enrico VIII e ai recenti film incentrati su Lady Diana, gli esteti sono stati affascinati da tutto ciò che è legato alla moda regale. Su TikTok, gli utenti esperti di stile hanno fatto proprio il royalcore e il princesscore, mentre celebrità come Bella Hadid — che ha sfoggiato la collana "B" di Dilara Findikoglu (ispirata a quella indossata dalla regina Anna Bolena della corte dei Tudor) — hanno spinto la domanda verso articoli simili. Nel corso dell'estate, le ricerche di "tudor" sono salite del 24% e l'"abito Tudor" di Reformation è l'articolo più visualizzato.

5. Cabincore

In risposta alla mania dello scorso anno per il cottagecore, il cabincore ha fatto presa sul guardaroba autunnale. Questo fashion trend trainato da TikTok, che fonde stile normcore e gorpcore con maglieria comoda e pratica, predilige il trekking nei boschi ed i momenti di relax in baita, in contrapposizione ai picnic al sole in campagna ed ai pomeriggi trascorsi a infornare biscotti. Le ricerche di scarponi da trekking sono aumentate del 234% rispetto all'anno precedente e l'interesse verso le maglie in flanella è salito del 145%.



BRAND PIÙ HOT



1. Nensi Dojaka

Il mini abito asimmetrico nero di Nensi Dojaka è stato tra i dieci prodotti donna più desiderati del Lyst Index del 1° trimestre 2021 ed ha avuto una media di 7.000 ricerche al mese durante il resto dell'anno. La sua amatissima versione sexy e con trasparenze del classico tubino nero, è valso al brand un premio LVMH ed è un esempio sartoriale eclatante del desiderio di tornare ad uscire che ha caratterizzato il 2021.

2. Christopher John Rogers

Christopher John Rogers si è trasformato da apprezzato designer emergente di New York ad un nome affermato nel mondo della moda, conquistandosi una collaborazione con Target, una clientela sempre più vasta di celebrità – tra cui Lady Gaga, Bella Hadid e Karlie Kloss – ed un cameo nel reboot di Gossip Girl che ha scatenato un aumento del 73% delle ricerche del brand a luglio.

3. I.AM.GIA

Con una forte presenza sui social, un seguito da "It" girl e modelli d'ispirazione Y2K virali su TikTok, I.AM.GIA è il brand più amato su internet. La categoria più ricercata del marchio è quella dei pantaloni, nello specifico il modello Halo con cut-out nella zona pelvica, che ha visto un aumento delle ricerche del 164% dall'inizio del 2021.

4. Harris Reed

Famoso per il suo approccio gender fluid, Harris Reed è esploso sulla scena mondiale dopo aver vestito Harry Styles. Le ricerche di articoli di questo designer sono cresciute del 189% nel 1° trimestre del 2021 in seguito all'uscita della copertina di Vogue nel dicembre 2020 con appunto Harry Styles che indossa un articolo di Reed. Nel corso dell'anno appena trascorso, lo stilista ha vinto il premio Breakthrough Designer of the Year di GQ, ha fatto il suo debutto con una collezione ed ha collaborato con il brand di gioielli Missoma e MAC Cosmetics.

5. Maximillian

Laureato alla London College of Fashion, Maximillian Davis ha lanciato il suo brand nel 2020 ed è cresciuto nel periodo di pandemia. Dopo l'apparizione di Michaela Coel sul red carpet dei BAFTA 2021 ad aprile con indosso un abito Maximillian, le ricerche del brand sono salite del 49% quello stesso mese. Tra gli altri clienti celebri troviamo nomi del calibro di Naomi Campbell, Rihanna e A\$AP Rocky.

Brand rivelazione

6. The Attico

Questo marchio italiano ha avuto un seguito di culto, grazie a celebrità come Hailey Bieber e Dua Lipa, che è apparsa con un bikini zebraato firmato The Attico nel suo videoclip di "Love Again", scatenando un incremento del 224% delle visualizzazioni dell'articolo dopo l'uscita a giugno. Questo costume da bagno è stato tra i prodotti più desiderati del 2° trimestre 2021 e la richiesta del brand è aumentata del 65% dall'inizio dell'anno.

7. Christopher Esber

Questo designer australiano è presente dal 2010, ma i suoi abiti da festa ed i dettagli dei lacci sul davanti si allineano alla crescente domanda di abbigliamento per uscire che ha caratterizzato il 2021; le ricerche del brand sono cresciute del 54% su base annua. I caratteristici abiti con cut-out di Christopher Esber sono stati tra gli articoli più desiderati dell'anno in questa categoria, con le richieste di abiti del brand salite del 49% rispetto all'anno precedente.

8. Story Mfg.

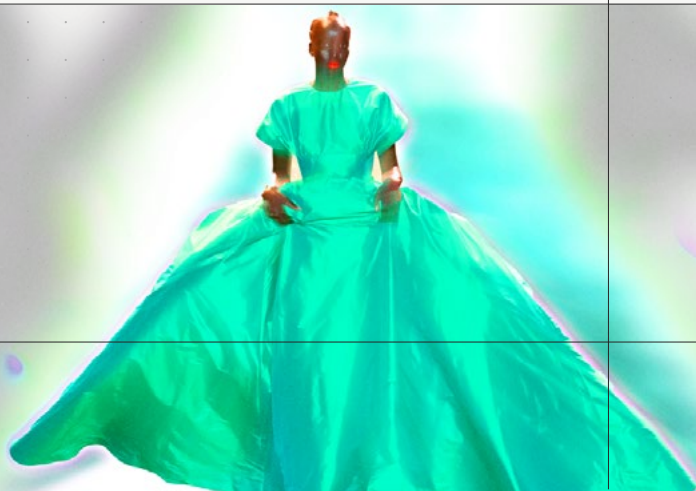
Il brand britannico è molto attento alla sostenibilità ed ai valori dello slow fashion, offrendo abbigliamento genderless realizzato in tessuti organici e tinte naturali. A febbraio, Story Mfg. ha lanciato una sneaker cruelty-free in collaborazione con Reebok e le ricerche del brand hanno avuto un'impennata del 123% nel corso del primo trimestre dell'anno, in seguito alla sua uscita anticipata.

9. Heaven by Marc Jacobs

Con l'intento di attrarre una platea di clienti della Gen-Z, Marc Jacobs ha lanciato la sua fashion line intrisa di nostalgia Heaven a settembre 2020. Finora, i suoi amatissimi modelli e le collaborazioni (Dr. Martens, Cactus Plant Flea Market, Stray Rats e, più recentemente, Nodaleto) hanno attirato i giovani fan di celebrità come Olivia Rodrigo, Bella Hadid, Vegyn, Dua Lipa e Beabadoobee.

10. SKIMS

La linea di shapewear firmata Kim Kardashian ha attirato l'attenzione del mondo intero dopo essere stata indossata dalle atlete della squadra olimpica statunitense nel tempo libero, con articoli di loungewear, underwear e pigiami. Quando la Kardashian ha annunciato la notizia sui social, le ricerche globali di articoli SKIMS sono aumentate del 112% in meno di 48 ore.





1. Jeans dalla vestibilità ampia di Levi's

I jeans sformati sono stati uno dei trend principali sulle passerelle P/E '21, oltre ad essere tra i modelli preferiti di celebrità come Gigi e Bella Hadid, Hailey e Justin Bieber, Katie Holmes e molte altre nel corso dell'estate. Mentre i guardaroba si lasciavano alle spalle i pantaloni della tuta, le ricerche di questo stile ampio in denim sono salite del 52% su base annua ed i jeans baggy o a gamba larga hanno registrato quasi il doppio delle ricerche dei jeans skinny da inizio anno.

2. Orologio Submariner di Rolex

Apparso nel Lyst index del 1° trimestre, questo lussuoso cronografo svizzero è l'accessorio più desiderato dell'anno. Le vendite di orologi sono salite del 13% rispetto all'anno precedente e la categoria ha visto una significativa crescita nel settore dei matrimoni. Le ricerche di orologi accompagnate dai termini "coppia", "fidanzamento" e "matrimonio" hanno iniziato a comparire sempre più di frequente e nel complesso sono aumentate del 53% nel corso dell'anno.

3. Borsa Mini Jodie di Bottega Veneta

La maison italiana ha un altro accessorio di successo in vetta alla categoria "borsa più ricercata su Lyst" del 2021. Amata da celebrità come Kendall Jenner ed Elsa Hosk, oltre che essere diventata un pezzo imprescindibile dello street style nel recente mese della moda, questa borsa si inserisce perfettamente nell'estetica di lusso minimalista, grazie al suo look anni '90 instagrammabile.

4. Clog Boston di Birkenstock

Una via di mezzo ideale tra casa e vita all'aperto, questo modello genderless è la calzatura più desiderata del 2021. Il brand ha inoltre continuato ad accogliere il favore dell'alta moda quest'anno, grazie a collaborazioni con Stüssy, Proenza Schouler e Jil Sander. In confronto al sempre popolare sandalo Arizona, la clog Boston di Birkenstock ha ricevuto il 36% in più di visualizzazioni quest'anno.

I prodotti più desiderati

5. Gonna plissettata di Thom Browne

Dopo che il personaggio David Rose, interpretato da Dan Levy, è apparso con un tailleur da sposo con gonna nell'episodio finale di Schitt's Creek, questo articolo informale amato dall'industria è diventato un'icona della cultura pop. Le ricerche di "gonne nuziali da uomo" sono salite del 48% su base annua e il modello plissettato nero di Thom Browne è diventato uno degli articoli più desiderati. Nel Lyst Index del 2° trimestre, la gonna del brand è entrata nella classifica dei 10 articoli uomo più richiesti per la prima volta.

6. Mini abito asimmetrico di Nensi Dojaka

Apparso per la prima volta nel Lyst Index del 1° trimestre, questo mini abito d'ispirazione anni '90 è il più desiderato del 2021 nella categoria tubini, rappresentando il desiderio collettivo di ritornare ad uscire e a vestirsi bene. Com'era prevedibile, le ricerche di questo abito hanno raggiunto il picco in estate, da giugno ad agosto, quando celebrità eleganti come Emma Corrin, Emily Ratajkowski, Rihanna e altre sono state avvistate mentre ne sfoggiavano uno.

7. Borsa all'uncinetto di Prada

Questa borsa di Prada perfetta per l'estate ha velocemente registrato il sold out presso molteplici rivenditori su Lyst, inserendosi perfettamente nei popolarissimi trend legati al craftcore, ai lavori all'uncinetto e al fai-da-te. Nel complesso, le ricerche di borse all'uncinetto sono aumentate del 56% su base annua.

8. Cardigan La Maille Pralù di Jacquemus

L'audace maglieria di Jacquemus, indossata da celebrità del calibro di Megan Fox, Kendall Jenner e Hailey Bieber, ha guidato il trend dell'estate dei cardigan con chiusura a gancio. Per quanto riguarda questo stile, ad agosto le richieste sono aumentate del 79%, con le parole chiave "top con chiusura sul davanti", "top agganciato" e "top con chiusura a gancio" tra le più ricercate.

9. Felpa con cappuccio di Pangaia

Il brand eco-friendly Pangaia è stato molto di tendenza nel 2021 e quando Harry Styles è stato avvistato con una felpa color rosa fenicottero dell'etichetta ad ottobre, le ricerche sono incrementate del 91%. Le richieste online delle felpe del brand hanno avuto un'impennata del 172% nel corso dell'anno.

10. Maglione a righe di & Other Stories

Le ricerche di articoli simili a questo maglione a righe dal carattere minimalista, indicano un ritorno allo stile d'ispirazione nautica, con la domanda di maglieria a righe in crescita del 125% su base annua. Agli inizi di agosto, le richieste di maglie polo a righe sono anch'esse aumentate del 37% su base mensile.

1. Air Force 1 di Nike

Tra i prodotti donna più desiderati nel Lyst Index del 2° trimestre, la classica sneaker total white è la scarpa da indossare tutti i giorni più scelta dalla Generazione Z. Le ricerche delle Air Force 1 di Nike sono salite del 248% rispetto all'anno precedente e gli utenti di Lyst le hanno digitate più di 4.000 volte al giorno.

2. Collezione Off-White x Nike Dunk Low "THE 50"

Questa collaborazione esclusiva, lanciata per la prima volta sull'app Nike SNKRS, offre 50 versioni delle Off-White x Nike Dunk Low distribuite a caso tra i diversi acquirenti. In sole 48 ore dopo l'uscita, le ricerche di queste sneakers sono schizzate del 236%. Dopo il lancio ad agosto, queste calzature dal prezzo originale di 180 \$, sono state rivendute sulle varie piattaforme con un rincaro del 400%.

3. Yeezy Foam Runner

Dalla sua prima uscita a giugno 2020, ogni nuova versione della Yeezy Foam Runner ha avuto grande successo. Nel corso del 2021, il modello ispirato alle clog è stato lanciato in una varietà di colorazioni e questo ha spinto le ricerche della calzatura a un +411% nel 3° trimestre. Vendute in negozio a 75 \$, è possibile trovare le Yeezy Foam Runner su piattaforme di rivendita a un costo moltiplicato del 720%.

4. Forum di Adidas

Quella che un tempo era una sneaker di basso profilo associata a una sfilza di sottoculture, è oggi diventata una delle calzature più desiderate di Adidas, grazie alla collaborazione con Bad Bunny iniziata a marzo. Quest'ultima ha fatto impennare le ricerche, aumentate del 103% la settimana successiva.

5. SB Dunk Low di Nike

L'interesse verso le sneakers SB Dunk Low di Nike è aumentato del 182% su base annua, uscite in una serie di colorazioni diverse durante il corso dell'anno. Mentre il mondo assisteva al debutto dello skate come disciplina olimpica ai giochi di Tokyo, la richiesta delle SB Dunk Low di Nike, scarpa ufficiale di questo sport, è cresciuta del 148% tra luglio e agosto.

6. Samba di Adidas

Dopo essere state viste sia su Rihanna che su A\$AP Rocky, le ricerche delle sneakers Samba di Adidas sono aumentate del 63% da luglio. La scarpa ha davvero un seguito di culto, con nomi del calibro di Jonah Hill, Frank Ocean e Tyler, The Creator.

7. 327 di New Balance

Con collaborazioni firmate Staud e Casablanca, oltre ad una varietà di diverse colorazioni di New Balance, la sneaker 327 d'ispirazione retrò ha conquistato l'interesse degli acquirenti online. Le ricerche sono cresciute in maniera costante nel corso dell'anno, con un picco del +96% ad agosto.

8. Go FlyEase di Nike

La sneaker Go FlyEase di Nike ha ricevuto molta hype intorno alla sua uscita a febbraio,

Sneakers

diventando il 7° prodotto donna più desiderato nel Lyst Index del 1° trimestre. La possibilità di essere indossata davvero hands-free rappresenta una rivoluzione tecnologica per il brand e un punto di svolta per gli atleti di ogni livello.

9. Chuck 70 di Converse

Converse è diventato il brand di sneakers più desiderato nel mese di febbraio, dopo che la vicepresidente Kamala Harris è stata fotografata con un paio di Chuck 70 sulla copertina di febbraio di Vogue. Le richieste sono salite di quasi dieci volte rispetto all'anno precedente, con 100 ricerche ogni ora su Lyst.

10. Run Star Hike di Converse

Con le calzature con plateau top trend del 2021, non sorprende affatto che la versione di questo stile firmata Converse, la sneaker Chuck, abbia anch'essa conquistato una certa popolarità. Nel corso del 2021, le ricerche di Run Star Hike di Converse, viste su Bella Hadid e su Charli D'Amelio, sono aumentate del 69%, mentre la scarpa è stata digitata 64 volte ogni ora.



Logo

Prada

Miuccia Prada e Raf Simons hanno svelato la loro prima collezione da co-direttori creativi per la P/E '21; la coppia ha deciso di esporre il caratteristico logo triangolare di Prada praticamente ovunque, dai top e gli orecchini ai guanti e le borse. Questa scelta di design ha dato i suoi frutti, con il logo del brand in vetta alla classifica dei più ricercati su Lyst per il 2021, con le richieste quadruplicate rispetto all'anno precedente.



Collaborazioni

1. Yeezy x Gap

Nonostante il numero limitato di prodotti usciti nel 2021, c'è stato molto fermento ed entusiasmo intorno a questa collaborazione. Quando è stata svelata la partnership ai primi di giugno, le ricerche per entrambi i brand sono aumentate +320% per Yeezy e + 325% per Gap. Dopo l'annuncio del loro primo articolo la Round Jacket nera ci sono state oltre 50.000 ricerche della collaborazione nell'arco di 24 ore.

2. Ivy Park x Adidas

Vantando il più alto numero di ricerche di una collaborazione di quest'anno, Ivy Park x Adidas ha registrato un successo costante per tutte le uscite stagionali, da "Icy Park" a febbraio che ha fatto aumentare le richieste di Ivy Park del 536% a una settimana dal lancio alla collezione inclusiva di costumi da bagno estate/autunno "Ivy Park Rodeo".

3. The North Face x Gucci

Gucci ha trasformato l'abbigliamento outdoor in un qualcosa di lussuoso con la sua collaborazione con The North Face. Quando è stata lanciata a gennaio, ha scatenato oltre 30.000 ricerche in 24 ore e la giacca bomber in tela è stata il prodotto donna più desiderato del Lyst Index del 1° trimestre. Per quanto riguarda il mercato delle rivendite, questo articolo è ancora molto ricercato con prezzi che arrivano fino a cinque volte quello originale.

4. Telfar x UGG

Nel 2020, l'annuncio della collaborazione tra Telfar e UGG è stata ben accolta e la pre-vendita ha registrato il sold-out nell'arco di 24 ore – con nove mesi di anticipo rispetto all'uscita ufficiale. A luglio, un mese dopo il lancio della partnership, la richiesta di articoli Telfar è aumentata del 275%, affiancata da quella di UGG in crescita del 262%. Dopo l'uscita della seconda edizione della collaborazione tra i due brand, le ricerche di UGG sono salite del 94% e quelle di Telfar del 101% in 48 ore.

5. Balenciaga x Gucci

La collaborazione di alto livello – in realtà, di "hackeraggio" – tra le due storiche maison ha debuttato ad aprile in occasione della sfilata "Aria" di Gucci. Nei due mesi successivi, ci sono state oltre 5.000 ricerche al giorno riguardanti questa partnership, promotrice di nuove collaborazioni tra i giganti dell'industria, come quella tra Fendi e Versace a settembre.



CELEBRITY 2021



Top 10 Fashion Celebrity

*Le 10 celebrità le cui scelte personali di stile hanno marcato i maggiori aumenti nelle ricerche, vendite, news e menzioni sui social negli ultimi 12 mesi.

1. Zendaya:

Dopo l'apparizione di Zendaya sul red carpet degli Oscar 2021 con un abito giallo realizzato su misura da Valentino, le ricerche di articoli di questo colore sono aumentate del 222% in meno di 24 ore. La star di Euphoria, vincitrice di un Emmy e con oltre 110 milioni di follower su Instagram, ha fatto molto parlare di sé anche per l'abito sartoriale effetto bagnato di Balmain sfoggiato in occasione del Festival del cinema di Venezia, scatenando poco dopo un aumento delle ricerche degli abiti del brand del 190%. Inoltre, la sua partecipazione ai BET Awards 2021 in un lungo abito vintage firmato Versace, ha portato ad un incremento delle richieste degli abiti della maison del 122% in 48 ore.

2. Dua Lipa

Nel corso del 2021, Dua Lipa ha influenzato in maniera costante le ricerche di moda attraverso i suoi prolifici look futuristici, dagli outfit ispirati allo stile Y2K e "rodeo glam" ai capi Versace e realizzati all'uncinetto. Quando è apparsa con un girocollo di perle di Vivienne Westwood in occasione dei BRIT Awards 2021, la domanda di articoli simili ha avuto un'impennata del 108% nell'arco di una settimana. Il look Versace da lei sfoggiato durante i Grammy 2021 ha portato ad un incremento delle pagine visualizzate del brand del 245%, senza contare la sua partecipazione alla campagna A/I '21, che ha fatto incrementare le ricerche del 94% in 24 ore.

3. Lil Nas X

Famoso per la capacità di far parlare di sé e di catturare l'attenzione, Lil Nas X è apparso su molte prime pagine durante tutto il corso dell'anno. La sua controversa collaborazione con MSCHF per la creazione di un paio di sneakers chiamate "Satan Shoes" a fine marzo, ha scatenato pareri opposti e generato oltre 669.000 menzioni, like e condivisioni sui social. Nel frattempo, Nike ha intrapreso un'azione legale contro MSCHF per violazione del marchio. Anche quando si parla di stile personale, la star di Montero riesce a lasciare il segno. Dopo aver indossato un completo di Richard Quinn ai BET Awards 2021, le visualizzazioni delle pagine con gli articoli floreali del brand sono salite del 78% in 24 ore e le ricerche di termini chiave come "completo ricamato" e "completo con perline" sono cresciute nel complesso del 50%.

4. Hailey e Justin Bieber

I Bieber sono una coppia davvero influente quando si tratta di moda. Dopo la loro partecipazione a una serata di gala a luglio, il lungo abito nero di Alessandra Rich indossato da Hailey ha scatenato un aumento delle ricerche di abiti in velluto e pizzo del brand del 168% in 48 ore. Nelle scelte di stile di Justin ritroviamo tendenze e prodotti tra i più desiderati dell'anno e, di recente, ha intrapreso la strada dell'alta moda diventando il volto di Balenciaga; è inoltre sostenitore di ERL, un brand emergente di Venice Beach.

5. Kai (EXO)

Il membro degli EXO Kai è diventato solista nel 2020, promuovendo il suo status di superstar fino a intraprendere una collaborazione con Gucci. La capsule collection, caratterizzata dal motivo degli orsetti, è stata la prima partnership in assoluto della maison italiana con una celebrità coreana. Dopo il lancio ad aprile, ha registrato un sold out quasi immediato e le ricerche online di Gucci sono volate al 264%.

A\$AP Rocky e Rihanna

6. Dopo essere usciti allo scoperto come coppia in estate, A\$AP Rocky e Rihanna hanno condiviso insieme un'infinità di fashion moments, che includono anche le riprese del loro videoclip girato a New York a luglio. Nell'arco di 48 ore, le ricerche legate all'outfit di Rihanna, come "top corsetto" e "top bustier in pelle", sono cresciute complessivamente dell'86% e quelle dei cappotti in shearling del 72%. Anche il look di Rocky, caratterizzato da un cappellino trucker e anfibi neri, ha scatenato un aumento delle richieste rispettivamente del 21% e del 43%.

7. Tyler, The Creator

Tyler, The Creator ha esordito con il suo ultimo album, CALL ME IF YOU GET LOST, a giugno dando inizio ad un'epoca di fashion completamente nuova. Il suo look include spesso un colbacco e, dopo la sua performance ai BET Awards 2021, le ricerche di questo copricapo in pelliccia sono aumentate del 75%. Tra i suoi outfit preferiti, troviamo anche stampe leopardate e mocassini, le cui ricerche sono salite rispettivamente del 79% e del 55% ad una settimana dal lancio del suo album. Nel corso degli ultimi quattro mesi, la richiesta di articoli della linea del rapper GOLF le FLEUR* è aumentata del 125%.

8. Harry Styles

Harry Styles rimane una musa per Gucci. In seguito ai Grammy 2021, le visualizzazioni di pagine con boa di piume hanno avuto un'impennata straordinaria (+1500%) in sole 48 ore dopo l'apparizione del cantante di Golden con ben due diverse versioni del brand. L'articolo più ricercato è stato il boa di piume viola di Gucci, indossato da Styles durante il discorso di ringraziamento. Inoltre, le ricerche di questo accessorio sono salite del 111% dall'inizio del suo Love On Tour negli USA a settembre. Durante la sua performance, ha indossato un completo in pelle che ha causato un aumento delle richieste di pantaloni in pelle da uomo del 100% in meno di 24 ore.

9. Jennifer Lopez

La rinascita di J.Lo è continuata nel 2021. Dopo aver indossato un outfit total white di Chanel durante la sua performance in occasione dell'insediamento presidenziale a gennaio, le visualizzazioni delle pagine con articoli bianchi del brand sono cresciute dell'89% in 24 ore e le ricerche di cappotti lunghi bianchi sono aumentate del 119%. Un mese dopo, si è presentata al Super Bowl indossando un cappotto con motivo pied de poule e un crop top firmato Louis Vuitton, che ha provocato un aumento della richiesta di articoli in questa fantasia del 10%, oltre ad una crescita delle ricerche del lussuoso brand francese (+24%) e dei crop top (+22%) in 24 ore.

10. Lady Gaga

Il film in arrivo con protagonista Lady Gaga House of Gucci ha iniziato a influenzare la moda ancor prima della sua uscita ufficiale. Dopo la pubblicazione di una foto di Gaga sul set con un foulard Gucci, questi accessori del brand hanno visto un incremento delle ricerche del 67%. Quando la cantante ed attrice è apparsa a New York in occasione dei Radio City Music Hall, anche i suoi outfit hanno spinto molti acquirenti a ricercare online gli articoli da lei indossati. La richiesta di "stivali con plateau" è aumentata del 60% dopo essere stata vista con varie paia di queste calzature nel mese di luglio, mentre le visualizzazioni di pagine relative a Valentino sono salite del 117% quando ha indossato un look d'alta moda del brand.



SEZIONE 2022 COSA CI ASPETTA

1. NUOVE FRONTIERE:

Il 2021 è stato testimone di uno dei momenti più importanti nella storia dei viaggi nello spazio, con l'esordio, nello specifico, del turismo spaziale. Questo nuovo modo di viaggiare continuerà ad ispirare sempre più tecnologie e design lungimiranti.

2. SCARPE FUTURISTICHE:

Con il successo delle Yeezy Foam Runner e delle Go FlyEase di Nike, oltre alla crescita di interesse verso le Run Star Hike di Converse, le calzature iniziano ad assumere forme completamente nuove. Il designer Salehe Bembury, che ha recentemente collaborato con Crocs, è uno dei maggiori esperti ad aver aperto la strada verso queste novità.

3. MULTISENSORIALITÀ:

Mentre i vestiti diventano più tecnici e funzionali, una crescita nelle ricerche mostra un interesse verso un abbigliamento in grado di offrire un'esperienza multisensoriale attraverso la loro texture, come ad esempio indossare articoli in shearling dalla testa ai piedi, o materiali ispirati alla natura come piume e legno.

4. MINIMALISMO:

Con l'annuncio di Phoebe Philo del lancio del suo omonimo brand dopo le dimissioni come direttrice creativa di Céline nel 2017, indubbiamente il ritorno della designer riporterà nei modelli di lusso la sua caratteristica estetica minimalista e un approccio essenziale.

5. ATTENZIONE VERSO LO SPORT:

I giochi olimpici di Tokyo hanno portato la moda nelle uniformi e nel guardaroba per il tempo libero degli atleti come mai prima d'ora, mentre altri sport come il calcio e lo skate hanno catturato l'interesse di brand di lusso. Con la Fifa World Cup 2022 all'orizzonte, questa tendenza è destinata a continuare e lo sportswear in generale offrirà articoli sempre più attenti allo stile e di alta moda.

6. COLLABORAZIONI PIÙ GRANDI E INASPETTATE:

Da Palace e Stella Artois insieme per una collezione di streetwear a Heron Preston che realizza airbag con materiali di riciclo per Mercedes Benz, a quanto pare qualunque brand di qualunque settore potrebbe inaspettatamente collaborare con l'industria della moda. C'è moltissimo territorio ancora inesplorato pronto a dar vita a nuove collaborazioni.

7. WORKWEAR IN GRADO DI TROVARE UN COMPROMESSO:

Mentre il mondo torna in ufficio, i nostri guardaroba dovranno adattarsi alla nuova giornata lavorativa, senza però sacrificare il comfort a cui siamo stati abituati negli ultimi 18 mesi e più di loungewear e ciabatte. I capi sartoriali e precisi verranno affiancati da linee e materiali più morbidi per un look elegante ma comodo.

Brand da tenere d'occhio



1. Conner Ives

Il finalista del Premio LVMH, noto per il prêt-à-porter e gli abiti da sera unici realizzati con un riciclo creativo di tessuti di scarto, ha catturato l'attenzione di Rihanna ancor prima di completare i suoi studi presso la Central Saint Martins.

2. Coperni

Il brand parigino, che vanta tra i fan celebri Maisie Williams e Bella Hadid, è famoso per la sua estetica legata all'era spaziale e per le borse a spalla strutturate, che hanno visto un aumento della domanda del 90% su base annua.

3. Area

Il brand di lusso newyorkese si è conquistato una sua fanbase attraverso abbigliamento ed accessori decorati e tempestati di cristalli, come la Crystal Chair Bag, prodotto più visualizzato del brand.

4. Mach & Mach

Il brand con sede a Tbilisi è parte di quella nuova ondata di designer che hanno definito l'estetica che esprime la voglia di tornare a vestirsi bene, caratteristica del 2021. Megan Fox ha indossato un look rosa in pieno stile Barbie firmato Mach & Mach in occasione degli iHeartRadio Music Awards 2021, completato da un paio di scarpe col tacco impreziosite da cristalli e fiocco, uno stile tra i più venduti tra la fine del 2020 e i primi mesi del 2021.

5. Peter Do

Il brand newyorkese di basso profilo che prende il nome dal designer stesso ha catturato l'attenzione dell'industria moda dopo il lancio nel 2018. Quattro anni dopo debutta alla fashion week a settembre e le visualizzazioni delle sue pagine schizzano del 367% in 24 ore. A maggio, le ricerche degli abiti del brand sono salite del 128%, dopo che Anya Taylor-Joy ha indossato un abito della collezione A/I '21 al Saturday Night Live.

6. ERL

Il brand con sede a Venice Beach si sta creando un nome nel settore uomo grazie alla collaborazione di due grandi celebrità: Justin Bieber ad Agosto, che ha scatenato un aumento delle ricerche dei piumini del brand del 212%, e A\$AP Rocky, che ha indossato una trapunta firmata ERL sul red carpet del Met Gala, provocando una crescita delle visualizzazioni delle pagine del brand del 259% in meno di 24 ore.

7. Stefan Cooke:

Il brand di abbigliamento maschile con sede a Londra, lanciato nel 2017, ha avuto una crescita costante fino a quando una recente approvazione da parte di A\$AP Rocky l'ha spinto ancor più sotto i riflettori. Dopo che il rapper ha indossato un look total Stefan Cooke a luglio, le ricerche del brand sono aumentate del 214% rispetto al mese precedente.

8. Ludovic de Saint Sernin

Il designer di Parigi ha fondato il brand omonimo nel 2017, dopo aver trascorso due anni presso Balmain specializzandosi in decorazioni. In seguito al lancio della collezione A/I '21, che rende omaggio agli e-boys di TikTok, le ricerche di questo brand gender fluid sono cresciute del 108% e le visualizzazioni delle sue pagine hanno registrato un +134% dall'inizio dell'anno. Tra le celebrità che lo apprezzano troviamo Rihanna, Bad Bunny, Kim Kardashian, Dua Lipa e altri.

Star da tenere d'occhio

***Le 7 personalità in più rapida crescita, la cui influenza ha suscitato più scalpore e con un numero di follower in notevole aumento negli ultimi 12 mesi.**

1. Olivia Rodrigo

Con un album d'esordio rivelazione e uno stile nel vestire fortemente Y2K, Olivia Rodrigo è la musa ispiratrice del look della Generazione Z. Dopo aver visitato la Casa Bianca indossando un tailleur vintage color rosa di Chanel, le ricerche online di "Chanel vintage" su Lyst sono aumentate del 200% nell'arco di una settimana dalla sua apparizione. Inoltre, le richieste di "stivali con plateau Marc Jacobs" sono salite del 49% ad agosto dopo essere stati avvistati ai piedi della Rodrigo ed essere stati menzionati su profili moda di TikTok.

2. Amanda Gorman

La poetessa laureata ha conquistato l'attenzione del mondo intero con la sua performance in occasione dell'insediamento presidenziale, quando il suo cappotto giallo acceso e il cerchietto rosso di Prada hanno consolidato il suo status di alta classe. In meno di 48 ore dall'evento, le ricerche di "cappotto giallo" sono salite alle stelle con un +1328%, mentre quelle di "cerchietto rosso" hanno avuto un'impennata del 560%.

3. Emma Raducanu

La campionessa degli US Open 2021 è stata la prima donna britannica ad aver vinto il Grande Slam in 44 anni. Dopo la sua vittoria, la Raducanu ha partecipato al Met Gala sfoggiando Chanel e Tiffany & Co., ed è stata nominata nuova ambasciatrice di questo brand di gioielli. Questa atleta sta già avendo un grande impatto sul mondo della moda, con le richieste di scarpe da tennis firmate Nike in crescita dell'86% in seguito agli US Open, mentre l'abito nero senza spalline di Chanel da lei indossato durante la cerimonia di consegna del trofeo ha provocato una crescita delle ricerche di modelli simili del 53%.

4. Nico Hiraga

Lo skater diventato attore con un ruolo nel film di Netflix Moxie ha rubato il cuore di giovani fan da tutto il mondo, come dimostra l'aumento del 92% del numero di follower sui suoi profili social. Più di recente è apparso in un cameo del videoclip di "Brutal" della star Olivia Rodrigo, con la quale condivide lo stesso stile.



5. Kai-Isaiah Jamal

Il poeta e attivista è diventato il primo modello trans nero a sfilare per Louis Vuitton, comparando sulla passerella per la collezione A/I '21. Da allora, sono seguite importanti campagne di moda con brand del calibro di Tommy Hilfiger, Martine Rose, Calvin Klein e Filippa K.

6. Ella Emhoff

Laureatasi da poco alla Parsons, dove ha studiato creazione tessile e maglieria, Ella Emhoff, figliastra del vicepresidente degli Stati Uniti Kamala Harris, ha conquistato l'attenzione a livello internazionale in occasione dell'insediamento presidenziale grazie al suo luccicante cappotto. Questo capospalla da lei scelto è stato virale ed ha causato un aumento delle ricerche dei cappotti del brand italiano del 455% in sole 6 ore.

7. Emma Corrin

L'attrice britannica è famosa per la sua interpretazione della Principessa Diana in The Crown, premiata con un Golden Globe, ma anche per i suoi outfit d'avanguardia disegnati da Harry Lambert. L'abito personalizzato firmato Miu Miu da lei indossato in occasione dei Golden Globe 2021, ha scatenato un aumento del 112% delle ricerche online del brand in meno di 48 ore. Le sue menzioni sui social sono cresciute del 347% e le ricerche a lei collegate su Google sono aumentate con una media

